



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO COMO UNA  
ALTERNATIVA DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN  
LA ZONA MONUMENTAL DE LA CIUDAD DE PIURA**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y  
HOTELERÍA**

**AUTOR:**

**TRISTÁN ROJAS, CHRISTIAN ALEXANDER**

**ASESOR**

**. DR. FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PATRIMONIO Y RECURSOS TURÍSTICOS**

**PIURA – PERÚ**

**2017**

## **PÁGINA DEL JURADO**

---

Dra. Nélida Rodríguez de Peña  
PRESIDENTE

---

Lic. Alfredo Seminario Venegas  
SECRETARIO

---

MG. Luis Chaparro Frías  
VOCAL

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis en primer lugar a Dios por estar a mi lado en los momentos que necesitaba vencer alguna adversidad

A mis padres Ernesto y Siduith por inculcarme buenos valores, por sus constantes consejos e infinito amor y por su empuje a que logre terminar con éxito mi carrera universitaria.

Y a mis hermanos por permitirme desarrollar el rol de hermano mayor y así poder brindarles el mejor ejemplo a seguir

Tristán Rojas, Christian Alexander

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos de manera especial a nuestros docentes por la paciencia y dedicación a pesar de las dificultades de tiempo.

Asimismo agradecemos a nuestra casa mayor de estudios, Universidad César Vallejo Filial Piura, por brindarnos la oportunidad de formarnos académica y profesionalmente durante estos cinco años de estudios universitarios.

Por último a mi familia por respaldar mis decisiones y guiarme por el buen camino y formar mi ética profesional

## DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, TRISTAN ROJAS, CHRISTIAN ALEXANDER con DNI N 45199872º, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 10 de Enero del 2017

---

TRISTAN ROJAS, CHRISTIAN ALEXANDER

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO COMO UNA ALTERNATIVA DE DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LA ZONA MONUMENTAL DE LA CIUDAD DE PIURA”, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El Autor.

## INDICE

	<b>Página</b>
PÁGINA DEL JURADO.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DECLARACION DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN.....	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	ii
x	
I.INTRODUCCION.....	10
1.1 Realidad Problemática .....	100
1.2 Trabajos previos.....	111
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	144
1.4 Formulación del problema .....	31
1.5 Justificación .....	31
1.6 Hipótesis.....	32
1.7 Objetivos .....	32
II.METODO.....	33
2.1 Diseño de investigación .....	33
2.2 Variables, operacionalización .....	33
2.3 Población y muestra.....	35
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	35
2.5 Métodos de análisis de datos.....	37
2.6 Aspectos éticos .....	37
III. RESULTADOS.....	38
IV.DISCUSIÓN Y PROPUESTA.....	50
4.1 Discusion.....	50
4.2 PROPUESTA.....	58
V. CONCLUSIONES.....	83
VI. RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
Anexo N° 1: Matriz de Consistencia.....	89

Anexo N°2: Encuesta .....	91
---------------------------	----

## RESUMEN

Esta tesis tiene como objetivo general dar a conocer una propuesta de circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la Zona Monumental de la ciudad de Piura, basándose en el potencial y atractivos que esta posee. Asimismo la investigación busca aportar a la diversificación de la oferta turística de Piura, a través del desarrollo del turismo cultural. La población de la investigación estuvo conformada por turistas que arribaron a la ciudad de Piura y ciudadanos de la localidad. Se aplicaron dos técnicas: la encuesta y la observación, utilizando una metodología no experimental, con un diseño descriptivo. Entre las principales conclusiones se evidenció que la falta de promoción e información del Patrimonio Cultural de la ciudad de Piura conlleva a un bajo nivel de conciencia turística y cultural, evidenciándose el desconocimiento de los pobladores de Piura respecto al patrimonio cultural de la ciudad, en cuanto a las tendencias del turista, se comprobó que más de la mitad llegó a Piura motivado por la promoción de playas y la gastronomía, sin embargo se evidenció un relativo interés por conocer la misma ciudad, generando esto último la posibilidad de explotar los recursos turísticos locales para diversificar la oferta de Piura. Asimismo los atractivos del Circuito Turístico propuesto tienen como característica principal la distancia, estado de conservación y accesibilidad. La propuesta busca diversificar la oferta turística en la ciudad de Piura y generar ingresos económicos a través de la actividad turística.

**Palabras claves:** turismo cultural, circuito turístico, zona monumental.



## ABSTRACT

This thesis has as general objective to present a proposal of tourist circuit as an alternative for the development of cultural tourism in the Monumental Zone of the city of Piura, based on the potential and attractions that it possesses. The research also seeks to contribute to the diversification of tourism in Piura, through the development of cultural tourism. The population of the investigation was conformed by tourists who arrived at the city of Piura and citizens of the locality. Two techniques were applied: the survey and the observation, using a non-experimental methodology, with a descriptive design. Among the main conclusions was that the lack of promotion and information of the Cultural Heritage of the city of Piura leads to a low level of tourist and cultural awareness, evidencing the ignorance of the inhabitants of Piura regarding the cultural heritage of the city, as To the trends of the tourist, it was verified that more than half arrived to Piura motivated by the promotion of beaches and the gastronomy, nevertheless it was evidenced a relative interest to know the same city, generating the latter the possibility of exploiting the local tourist resources To diversify the supply of Piura. Also the attractions of the proposed Tourist Circuit have as their main characteristic distance, state of conservation and accessibility. The proposal seeks to diversify tourism in the city of Piura and generate economic income through tourism.

**Keywords:** cultural tourism, tourist circuit, monumental area.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Realidad Problemática

La presente investigación tiene como objeto de estudio dar a conocer una propuesta de circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la Zona Monumental de la ciudad de Piura, basándose en el potencial y/o atractivos que posee dicha ciudad que no son tomados en cuenta dentro de los circuitos ya establecidos por las tour operadoras y agencias de turismo que contribuyen a promocionar a la ciudad de Piura como un destino de playa, mas no, como un destino cultural e histórico disminuyendo el desarrollo del turismo cultural e interés del turista por conocer la historia de la ciudad.

Asimismo se resalta que la finalidad de esta investigación es aportar con la diversificación de la oferta turística de la ciudad de Piura, a través del desarrollo del turismo cultural.

La importancia de crear alternativas de visita al turista hace que las empresas e instituciones competentes comiencen a poner mayor énfasis por la parte cultural de la ciudad de Piura, así como incluir a la Zona Monumental en circuitos menores o folletos informativos, que por lo menos empiece a motivar el interés de los turistas y que éstos puedan tomar en cuenta una nueva opción de visita.

De este modo la propuesta de un circuito turístico en la Zona Monumental de la ciudad de Piura puede generar cambios a lo tradicional y comenzar a percibir la importancia de lo que significa el valor histórico de una ciudad, sus monumentos, casonas, plazas e iglesias, por ende conservarlo y preservarlo para el beneficio de la población, así como, la difusión y promoción de un destino completo que atrae a los turistas no solo por un atractivo específico si no por más alternativas.

## 1.2 Trabajos previos

La presente investigación se fundamenta en los siguientes antecedentes:

Toselli, Ten Hoeve y Mahieu (2012) desarrollaron la investigación “Propuesta de circuito turístico-cultural en el Corredor del río Uruguay, Entre Ríos, Argentina”. Se constató la existencia de una red de caminos, sobre la franja costera paralela al Río Uruguay, así como un conjunto de núcleos productivos correspondientes al mencionado período de estudio. Estas estructuras tuvieron diferentes finalidades, pudiéndose identificar: hornos, caleras, corrales, saladeros, diques y puertos. El estudio pretendió identificar los testimonios representativos del patrimonio cultural del período hispánico-guaraní en el corredor del río Uruguay, para encarar su puesta en valor e integración de las localidades de estudio a partir de un circuito turístico-cultural con la incorporación de nuevos recursos patrimoniales existentes en el territorio.

Arredondo, Hernández y Mendoza (2013) realizaron la investigación: Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales “El caso del sur del estado de Jalisco, México”. Esta investigación presenta una propuesta para valorar el patrimonio cultural y generar rutas de turismo cultural, como por ejemplo la región sur del estado de Jalisco, México. Se analizó la accesibilidad y disponibilidad para poder hacer de un patrimonio un destino turístico, así como, los factores que se deben tomar en cuenta para decidir los atractivos a incluir en la ruta, sus características, los servicios que apoyan en la elaboración de un producto turístico competitivo (hospedaje, alimentación, transporte y servicios complementarios). Asimismo se incluye sugerencias para la capacitación a los prestadores de servicios turísticos (PST), la señalización de atractivos, distancias y sitios, a su vez la comercialización de la ruta como producto turístico.

Vera (2010) presentó la tesis titulada “El turismo cultural en México: Alternativa para el desarrollo sustentable local”. Tesis presentada en la Universidad Autónoma de México. El objetivo principal de este trabajo fue investigar la situación actual del turismo cultural en México y las alternativas para que este segmento turístico se convierta en un factor de desarrollo sustentable para las comunidades, teniendo como base fundamental la participación de las comunidades, ya que estas deben ser las protagonistas de su propio desarrollo y por tanto de sus proyectos turístico culturales. Entre las principales conclusiones se tuvo que fue un conjunto de variables exógenas las que impulsaron el turismo en México, entre ellas destacan el desarrollo de los medios de transporte y la redefinición del concepto de ocio como generador de ganancias y tiempo que se emplea para consumir. El turismo cultural surge como alternativa a las actividades económicas dentro de un área determinada. La propuesta gira entonces entorno a la adopción de un enfoque integrado, en lugar de perseguir de manera aislada un proyecto turístico cultural y además se tengan presentes los programas de protección al medio ambiente.

Vélez (2008) presentó la tesis “Los circuitos culturales en la construcción de marca ciudad. Caso Medellín”. Presentada en la Universidad de Palermo, Argentina. Su objetivo general fue aportar un enfoque desde el diseño que contempla conceptos como marca, sub marca y marca ciudad, en relación con otros conceptos como consumos culturales, políticas culturales, con énfasis en la proyección de circuitos culturales en la ciudad de Medellín. Entre las principales conclusiones se consideró pertinente construir sub marcas que agrupen distintas áreas de interés: educación, cultura, turismo, servicios sociales, salud y espacio público. Dichas sub marcas en tanto usualmente son ámbitos de acción de la gestión pública, conllevan sin embargo la necesaria participación del sector privado.

Gastelo (2010), llevó a cabo la tesis titulada “El recorrido Saña – Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural”. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. El problema identificado fue que la dinámica del sur peruano, la costa y la sierra norte no llegan a constituirse como escenario turístico con recorridos integradores que pueda competir con el turismo del sur y que permita el desarrollo de un turismo con valor agregado. Entre las principales conclusiones se tuvo que el turismo en el Perú está enfocado desde el punto de vista de su historia y monumentalidad, el territorio correspondiente a la costa y sierra del norte del Perú no está articulado en torno a un eje turístico interregional que lo haga más atractivo para el visitante y genere valor agregado en sí mismo y finalmente la generación de un recorrido turístico que se centre en el futuro y que ayude a generar mano de obra para sus habitantes, contribuirá a generar una visión proactiva y una mejora de la autoestima para los beneficiados.

Cienfuegos (2012), presentó la tesis titulada “Una propuesta de acción para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana: diagnóstico y planeamiento estratégico” en la Universidad de Piura. El objetivo general fue proponer un Plan de Acción para el desarrollo del Turismo Rural en el distrito de Marcavelica, Este Plan de Acción para lograr el desarrollo del Turismo Rural en el distrito de Marcavelica, será viable si se considera la participación directa de la población local y la generación de alianzas estratégicas entre el sector público y privado. Marcavelica representa una realidad con potencial turístico no aprovechado, con autoridades y gobiernos locales conscientes del valor natural y cultura del territorio, pero sin iniciativas y propuestas concretas, y con limitados planes y proyectos turísticos. Por ello, puesta en práctica de un modelo de turismo fundamentado en los principios de la sostenibilidad es estratégico y de carácter prioritario, para la consecución del desarrollo económico y social local.

### 1.3 Teorías relacionadas al tema

El turismo, hoy en día, es una actividad fundamental para el desarrollo sociocultural y económico de una determinada región. Asimismo el turismo, en el transcurso de la historia, ha ido evolucionando y siendo cada vez más especializado, basándose en el potencial singular y los recursos turísticos de una sociedad como elementos claves de desarrollo. La presente investigación está referida a fundamentar la viabilidad del planteamiento de un circuito turístico para la Zona Monumental de la ciudad de Piura, lo cual constituiría una alternativa para el desarrollo del Turismo Cultural, y por consiguiente, fomentar y ampliar la actividad turística en la región de Piura. En este sentido, se aborda las bases teóricas propias de las variables de investigación.

Según la Organización Mundial del Turismo, OMT, (2015), en sus estudios anuales sobre el panorama del turismo mundial, afirma que la actividad turística es clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar de las personas y las sociedades. “Un número creciente de destinos de todo el mundo se han abierto al turismo y han invertido en él, haciendo del mismo un sector clave para el progreso socioeconómico, a través de la creación de puestos de trabajo y de empresas, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructuras.”

A pesar de las fuertes conmociones que ocasionalmente se producen, los desastres naturales que se suscitaron y la crisis mundial, el turismo ha experimentado un crecimiento prácticamente ininterrumpido. Asimismo en el mismo estudio la OMT referencia: “Las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1.133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2.000 millones de dólares de los EE.UU. en 1950 a 104.000 millones en 1995 y

1.425.000 millones en 2014.” Ante tales cifras, es indiscutible la importancia que el turismo ha adquirido progresivamente en las últimas décadas para el desarrollo de los países y sociedades. En este sentido es pertinente analizar dicho término (turismo) desde su definición para entender la estructuración y dinámica de este fenómeno y actividad importante, y luego fundamentar el planteamiento de la presente investigación como alternativa de desarrollo local.

Hall (2009) sostiene que “el turismo es un viaje temporal y a corto plazo realizado por no residentes a lo largo de rutas de tránsito entre un área emisora de turistas y un destino turístico”. (p. 38). El turismo consiste, sustancialmente, en el desplazamiento de una persona o grupos de personas, del lugar donde vive habitualmente hacia otro que desconoce, por diferentes motivaciones. La Organización Mundial del Turismo (2014) define al turismo como un fenómeno económico y social. Además menciona que: es el conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Es decir, para que un desplazamiento sea considerado como actividad turística, se debe de tener en cuenta el tiempo y el motivo de viaje, ya que si el tiempo es mayor a un año no se considera como tal, además que los fines están relacionados con el disfrute de los distintos recursos naturales y/o culturales de una determina región; si el motivo fuese generar una ganancia económica directa, quedaría excluido del sentido de realizar turismo.

Desde que se consideró al turismo como tal, éste ha ido cambiando progresivamente y tomó notable importancia en la sociedad, básicamente en dos aspectos, el primero se explica en que era una alternativa que dinamiza los flujos económicos para una sociedad, es decir que, la actividad turística por todos los servicios que eran ofertados a los visitantes, representaba un ingreso considerable para las personas inmersas en dicha actividad. El segundo aspecto está referido a fortalecer la identidad cultural, puesto que al hacer turismo las

personas conocen costumbres de otros lugares, despertando y motivando un interés por aprender más sobre dichas culturas, en este sentido, se produce una reflexión personal que tienen como consecuencia un mayor sentimiento, cariño y acercamiento por lo cultural y propio de un lugar; por lo tanto, el turismo motiva conocer otras culturas y realidades, constituyendo conexiones sociales importantes de desarrollo y de autorrealización.

Para Acerenza(2006): “el turismo para la sociedad es, en esencia, una actividad relacionada con el descanso, el placer, el desarrollo cultural y la recreación”. (p. 27). Si bien, mayormente se ha relacionado al turismo con la recreación, el deleite de paisajes y las visitas turísticas hacia destinos de interés internacional, también es posible enfatizar un sentido más profundo de contribución al desarrollo cultural de las personas involucradas, tanto de los que realizan el viaje como de los residentes. Todos, por consiguiente, se sienten bien consigo mismos al participar del turismo. La Riva. (2013) afirma sobre el tema: Bien se dice que el turismo es una actividad esencial en la vida de las naciones por sus grandes consecuencias sociales uniendo a las naciones y su gente. La Declaración de Manila sostiene que en la práctica del turismo deben prevalecer los elementos espirituales pues estos son fundamentales para la realización plena del ser humano. (p. 51). Por consiguiente, conviene a todos practicar el turismo en sus diferentes modalidades, ya que los beneficios son amplios en términos de conocimiento, deleite y desarrollo.

Al mencionar el tema del turismo, es propio hablar del turista como protagonista de los desplazamientos turísticos. Hall(2009) menciona que el turista es un visitante que viaja a un país distinto a aquel donde tiene su residencia habitual y se queda allí al menos una noche, pero no más de un año, y cuyo principal propósito no tienen nada que ver con la realización de una actividad remunerada desde dentro del país que se visita. (p. 39). Es importante afirmar, en este contexto, que no todas las personas que visitan un lugar pueden ser considerados turistas, ya que necesariamente tendrían que pernoctar una noche



cuando menos; sin embargo, las personas que no pernoctan también hacen turismo al conocer un destino turístico, pero son considerados como visitantes. En las últimas décadas ha prevalecido esta tendencia, sin embargo la planificación y organización en general de las visitas turísticas, pretenden generar una mayor permanencia de días al ofrecer sus paquetes y productos turísticos.

El turismo lo conforman diferentes elementos que son dinámicos y se interrelacionan entre sí. Esto se fundamenta en los diferentes servicios que son básicos y complementarios, los que dan sentido a la actividad turística. El desarrollo de la actividad turística se sustenta en la disponibilidad de tiempos y de espacios que facilitan su realización en condiciones adecuadas, dando soporte, escenario y entorno propicios y satisfactorios a su desenvolvimiento. A nivel mundial, los recursos turísticos son los imanes y centros de atracción para los turistas y visitantes. Éstos son diversos y están clasificados por sus singularidades.

La República del Perú, en la Ley Peruana del Turismo (2009) menciona: “Recursos Turísticos: son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos”. (art. 03). Sobre el mismo tema, Montaner, J. (1998) acota: “Los recursos turísticos están conformados por el conjunto del patrimonio natural, histórico-monumental, artístico y cultural que posee un núcleo turístico (pueblo, ciudad, comarca, provincia, región o país) y que ejerce un gran poder de atracción turística.” (p. 299). Mientras las características y singularidades de los recursos turísticos sean mayores, también será mayor la oportunidad de generar la actividad turística hacia ese destino. Todo recurso turístico tiene las cualidades naturales o culturales para motivar desplazamientos, sin embargo es importante mencionar que, los recursos turísticos cuando han sido dotados de los servicios como guiado, transporte, senderos, boletería, comunicaciones, entre otros, éstos son considerados como atractivos turísticos; es decir, el recurso es la materia

prima que tiene potencialidad y que se puede usar en un futuro, mientras que, el atractivo es cuando al recurso ya cuenta con servicios suficientes para que el turista realice su visita con todas las facilidades del caso.

En la actualidad, toda intervención en turismo debe ser de manera planificada, de lo contrario se estaría hablando de algo improvisado, y esto podría tener consecuencia e impactos negativos para los recursos turísticos, ya sea naturales o culturales. Este tema es importante ya que, existen experiencias en donde las consecuencias negativas han sido irreparables, por tanto planificación turística es un elemento primordial. A nivel nacional a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR, (2014) quienes, como entes rectores, están encargados de “definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y de turismo”. Ellos vienen trabajando proyectos de turismo y han alcanzado experiencias exitosas referidos a impulsar beneficios para la sociedad, además de perpetuar los recursos naturales y culturales de las regiones; sin embargo, aún se tiene pocas iniciativas de planificación en turismo a nivel nacional, puesto que se requiere una mayor participación y compromiso de especialistas y actores involucrados.

Referido a la planificación, Carlos Villena (2014) afirma: La planificación de un nuevo destino turístico se convierte en exitoso cuando empiezan a fluir las inversiones, y como consecuencia de ello, los empleos generados dentro de las poblaciones locales. Un proyecto de un hotel 5 estrellas en Paracas, al sur de Lima, al iniciar sus operaciones anunció que de sus 110 empleados, 100 de ellos pertenecen a las comunidades locales y vecinas. (p. 109). Es primordial que las actividades turísticas que se realizan en un país o región determinada, tenga una contribución directa con el entorno local, puesto que el turismo lo hacen viables las personas no sólo el aspecto tangible del lugar, si los pobladores están involucrados y tienen ganancias significativas propias de la actividad turística, el desarrollo socio cultural y turístico estaría bien encaminado, caso contrario podría ser una limitante.

Para Vignati (2009) la planificación de destinos turísticos puede influir en la vida de millares de personas. Exige que el responsable se enfrente a una amplia variedad de informaciones, para que con base en ellas se proponga acciones concretas que contribuyan al desarrollo de la comunidad y al rendimiento de las inversiones públicas y privadas. (p. 108). En este contexto, los países y regiones que vienen trabajando y desarrollando la actividad turística, lo realizan de manera planificada, porque de lo contrario sería improvisar actividades sin arribar a importantes resultados. Para el sentido de la presente investigación, se considera como elemento vital de planificación el establecimiento de circuitos turísticos para la Zona Monumental de la ciudad de Piura. Teniendo como base que los circuitos constituyen el conjunto de singularidades y servicios organizados con que debe contar una región o ciudad, de esta forma es posible captar turistas que deseen visitarlo. Respecto al tema, se precisa:

“Circuito turístico es conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de éstos, recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen” (La Riva, 2012, p. 57). Como sostiene dicha definición, el circuito turístico contempla uno o varios núcleos turísticos, (por ejemplo capitales de países, ciudades importantes u otros), los que a su vez, tienen diversos recursos y/o atractivos turísticos ya sea de tipo natural o cultural. Todo este potencial está acompañado de servicios básicos y complementarios que facilitan las visitas (por ejemplo: vías de acceso, transporte, restaurantes, alojamientos, red de comunicaciones, entre otros), por tanto, la adecuada programación de estos aspectos dan origen a los circuitos con potencialidad turística.

Asimismo respecto a los tipos de circuitos turísticos, Chan (1994) asevera que en función a la diagramación, el circuito puede ser lineal o circular: Las rutas lineales son aquellas cuyo trazado es rectilíneo. Corren paralelas a algún

accidente geográfico de relevancia o a alguna carretera e incorporan los atractivos localizados en sus inmediaciones, siempre que observen una misma unidad temática... Las rutas circulares o triangulares tienen trazados que dependen de la localización de los centros o atractivos. En ellas el eje rector es siempre temático. En su trazado estas rutas unen tramos de distintas carreteras. (p.20-22). Básicamente se distinguen dos tipo de circuitos, el primero hace referencia al tipo rectilíneo, conocido también como corredor turístico, ya que empieza en un lugar y termina en otro. Caso contrario es el tipo de circuito circular, el cual empieza en una determinado punto o ciudad, para luego proseguir el recorrido por otras ciudades y al final regresa al mismo punto de origen, tal como lo asevera Iván La Riva en la definición anterior de circuito turístico.

Es consecuente en el tema de circuitos turísticos, la estructuración de diversos paquetes turísticos, los que vienen a ser aspectos específicos dentro de un producto turístico, que mayormente tiene una temática ya definida para su promoción y ejecución como tal. En este sentido Chan (1994), menciona como definición:

Paquete turístico es el conjunto de servicios prestados en base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global. Se considera un conjunto de servicios, debido a que el momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como: alojamiento, transportes de aproximación, gastronomía, recreación, visitas guiadas, transporte local, lugares de diversión... al hablar de itinerario nos referimos al recorrido, al detalle de actividades y prestaciones incluidas en el programa... El servicio tiene una peculiaridad: para efectivizarse, o sea para que el cliente lo consuma realmente, éste deberá trasladarse a un espacio físico definido, al cual llamaremos destino. (31-32). Entonces, los turistas y visitantes interesados en un producto o destino turístico (se entiende por destino, mayormente a un país o región, mientras que un producto turístico puede ser

una región, provincia o distrito, depende del potencial que alberga en su jurisdicción), adquieren o compran un paquete turístico a través de un prestador de servicios turísticos, o en ocasiones los mismos turistas hacen su propio paquete al realizar y planificar ellos mismo sus recorridos del potencial y servicios que van a adquirir.

Asimismo la misma autora afirma que existen factores determinantes en la producción de paquetes turísticos, los cuales son importantes considerarlos y analizarlos. Algunos de ellos se comportan como verdaderas barreras, otros, en cambio pueden ser anticipados y manejados por la empresa o los gestores involucrados en el servicio. Es decir que la actitud asumida determinará que se transformen o no en muros de contención. Estos factores tienen su sustento en la forma en que se debe gestionar los productos turísticos, ya que de una buena gestión se obtendrá resultados positivos en la realización de paquetes y circuitos turísticos de una determinada zona. En la gestión deben de participar de manera organizada, coordinada e integrada, los organismos públicos y privados; depende de ese trabajo en conjunto el éxito turístico de una ciudad o región. En este sentido Villena (2014) menciona que “en un proyecto de colocar en el mercado un nuevo destino, los operadores deben de integrarse en un gremio, asociación, cámara u ente de gestión desde el cual conjuntamente con la autoridad pública vendan el producto desde una sola mano”. (p. 123)

El trabajo en conjunto, como lo asevera la cita textual, impulsa a un nuevo destino turístico que sea visitado por turistas y/o visitantes, mientras más estrategias de promoción y marketing se hayan planteado y coordinado, se obtendrán mejores resultados en los flujos turísticos hacia el mismo. Cabe resaltar que un destino turístico es exitoso por varios factores, uno de ellos, es la cantidad de visitantes que recibe al año, ya que esto implica mayores ingresos a la comunidad en sus diferentes servicios que ofertan, además que, el trabajo que se despliega en el ámbito turístico tiene la firme intención de incrementar a corto

y largo plazo los flujos mencionados, ese es el fin de la planificación, el trabajo en conjunto y la gestión en turismo.

Referido al tema de gestión, Cordero (2008), afirma que bajo la perspectiva de sistemas es necesario que los organismos y empresas turísticas sean administrados en forma integral, a partir de un amplio conocimiento de su entorno... el equilibrio dinámico y el comportamiento de las organizaciones casi siempre se ven amenazados por los acontecimientos ambientales o entorno, la competencia, las innovaciones tecnológicas, nuevos productos, motivaciones y cambio en los patrones de consumo turístico, así como las acciones gubernamentales, factores políticos y el marketing. (p. 51)

Respecto a lo mencionado, Villena (2014) también acota: “entre 1950 y el 2000, se ha observado que el crecimiento de las llegadas internacionales ha tenido siempre una curva creciente y positiva. Sin embargo entre el 2000 y el 2020, la tendencia será más fuerte y elevada a una tasa promedio entre el 4.2% y el 4.5% anual. (p. 133)”. Estos estudios y proyecciones son importantes para el análisis y planificación de la actividad turística de un producto y destino que emerge. En este sentido es clave que los circuitos turísticos que se elaboren tengan una base y fundamento de conexión e interrelación, de tal manera que se constituyan atractivos importantes para las personas interesadas.

Chan (1994) también considera un método para la elaboración de programas, dentro de la estructuración de circuitos turísticos, consta de cinco etapas:

Primera etapa: determinación del objetivo, en el cual se establece los parámetros específicos que se quiere desarrollar, de acuerdo a las potencialidades preliminares que ya se han identificado, los objetivos constituyen el norte del circuito que se pretende trabajar.

Segunda etapa: diagramación del circuito, el cual comprende el inventario detallado y pormenorizado de los recursos y atractivos dentro de la zona a desarrollar (distrito, provincia región, o varios a la vez), asimismo comprende el mapeo de distancias y tiempos que hay en los recorridos.

Tercera etapa: Confección del itinerario; esta etapa comprende el planteamiento de las actividades que se desarrollaran durante los días que dure el paquete turístico, este listado comprende la visita a los atractivos y los servicios turísticos para los visitantes. Dicho itinerario se detalla hora por hora.

Cuarta etapa: cotización del programa, básicamente comprende los costos de todo lo que implica el recorrido que ya se ha detallado en el itinerario, aquí debe de incluirse los precios que cubran todos los servicios y la ganancia para los prestadores y gestores involucrados.

Quinta etapa: programa resultado; es el paquete final del nuevo destino turístico ya estructurado y detallado, listo para efectuar la promoción a través de folletería, medios de comunicación y/o redes sociales.

En este contexto, se sabe que la planificación se impulsa a través de la tendencia y corriente del turismo sostenible o turismo sustentable; la cual busca en todo momento, la intervención del hombre realizando actividades turísticas, pero minimizando los impactos negativos que éstas podrían generar. Según Ascanio y Vinicius (2009), el turismo sustentable debe optimizar los recursos ambientales que integran los elementos fundamentales del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica. (p. 108-109). Además aseveran que se debe respetar la autenticidad cultural de comunidad anfitriona, conservar su patrimonio cultural y arquitectónico vivo en sus valores tradicionales, contribuir al entendimiento y tolerancia intercultural y asegurar aquellas actividades

económicas viables a largo plazo que engloben a todos los actores con beneficios socioculturales bien distribuidos.

De acuerdo al planteamiento de la presente investigación, ahora se abordará lo correspondiente a la segunda variable, la cual se trata del Turismo Cultural, como principal alternativa de desarrollo para la Zona Monumental de la ciudad de Piura, teniendo como base las potencialidades históricas y monumentales que posee.

Para Montaner (1998) el turismo cultural es la actividad turística que consiste en realizar viajes, visitas y estancias a lugares geográficos para conocer los hechos históricos, artísticos, culturales y antropológicos que forman parte del patrimonio cultural de la humanidad, a través de los monumentos histórico-artísticos, museos, manifestaciones culturales y de espectáculos, rutas e itinerarios histórico-monumentales, asistencia a seminarios, simposios culturales, cursos de idiomas en el extranjero manifestaciones folclóricas y antropológicas (artesanías, festivales de música, jornadas gastronómicas, danzas típicas, etc.) (p. 372-373). Por consiguiente, es característico la variedad de actividades que se pueden realizar dentro del Turismo Cultural, precisamente como lo menciona el primer autor, el término cultura es amplio y su desarrollo depende del potencial que albergue un destino y la forma de gestión que se organice por sus gestores.

Sobre el mismo tema Crespi y Planells (2006) sostienen que: la práctica del turismo cultural se define como una tendencia turística que resurge en los años ochenta, cuya principal motivación se centra en la visita de los lugares que destacan por su riqueza patrimonial, principalmente monumental y artística, y por las costumbres e idiosincrasia de su gente. Para el turismo con componente cultural, el patrimonio de un territorio o de una ciudad se convierten en su motivación principal o en el recurso turístico de primer orden. (p. 177)



Entonces es notorio que el turismo cultural ha estado presente desde décadas atrás, y si bien han aparecido otras modalidades adicionales de turismo, el turismo cultural no pierde su esencia, por el contrario, ha ido fortaleciéndose con mayores actividades y presentación en general. Datos de la Organización Mundial del Turismo revelan que la demanda del turismo basado en los recursos culturales y patrimoniales aumentan constantemente: las ciudades de arte, las ciudades históricas, puntos destacados del Patrimonio de la Humanidad, rutas de carácter histórico, religioso o artístico-arqueológico tienen una fuerte demanda. Si bien los museos, los monumentos, la gastronomía, los jardines, etc. Han estado presentes en los paquetes turísticos, en muchas ocasiones se ofrecían como actividades complementarias.

Los recursos y atracciones culturales que motivan los desplazamientos de los visitantes hacia determinados destinos son numerosos. Según el mismo autor, Crespi y Planells, es posible destacar los siguientes:

- Recursos o atracciones arqueológicas, donde los yacimientos constituyen el eje principal de la visita vacacional,
- Recursos o atracciones artísticas, definidos por los diferentes estilos o periodos artísticos.
- Atracciones religiosas, catedrales, iglesias, abadías, lugares de peregrinación histórica, entre otros.
- Arquitectura militar: castillos, fortalezas, etc.
- Atracciones asociadas con personajes históricos, así como lugares relacionadas con escritores y pintores.
- Atracciones basadas en representaciones artísticas: teatros, conciertos musicales, etc.
- Grandes muros, galerías de arte.
- Atracciones basadas en la riqueza de su gastronomía y enología. (p. 178)

Existen múltiples actividades y potencialidades dentro del turismo cultural, esto se relaciona directamente con el tipo de ciudad que se pretenda desarrollar como

producto o destino turístico. Ciertamente existen ciudades históricas que constituyen un importante legado en diferentes arquitecturas de estilo colonial, republicano y neoclásico, considerando importantes monumentos para el uso planificado y sostenible del turismo (precisamente Piura es considerada una ciudad histórica a nivel nacional). Crespi y Planells aseveran que la ciudad se convierte en un espacio atractivo para visitas, negocios, eventos deportivos y culturales, festivales, compras, opciones que no sólo se producen en la ciudad sino que conforman la personalidad propia del espacio urbano. Entre los componentes que forman el producto urbano cabe destacar el medio urbano (situación, elementos históricos, edificios y zonas monumentales, muros, parques y jardines), los aspectos culturales y sociales (música, gastronomía, modos de vida tradicionales), los equipamientos (hoteles, restaurantes, oficinas de información, comercios, tiendas, mercados, hospitales) y las infraestructuras (aeropuertos, puertos, estaciones, carreteras). (p. 203).

Efectivamente, todo el potencial cultural que alberga una ciudad, debe de protegerse utilizando métodos especiales, además de gestionar su patrocinio y/o auspicio para asegurar su sostenibilidad en el tiempo; de esta manera ponerlos en valor progresivamente, asegurando así una valoración de los elementos culturales que hacen únicos a la historia particular en dicha ciudad. Precisamente, este aspecto se logra a través de una gestión oportuna e integrada con la participación de diversas entidades y a través de la planificación turística. Sobre el tema, La Riva (2013) sustenta que: El rescate, protección, restauración y conservación de estos “atractivos turísticos” que son los bienes culturales e históricos, permiten que se diversifique el producto turístico.

Un destino que ya tiene flujos turísticos en base a su potencialidad, tiene dos opciones, la primera continuar con el mismo guion y presentación de circuitos; y el segundo está referido a la periódica diversificación de la oferta turística. Esto es fundamental, puesto que muchos destinos se saturan y no tienen una visión

mayor de los atractivos y nuevas formas de estructuras circuitos. Por tal motivo, es importante el manejo de espacios y tener una visión amplia de las actividades turísticas que se pueden impulsar en una ciudad. Ello se consigue a través de la continua investigación del potencial de la zona y de estudios de mercado. En este sentido, Boullon (2006) afirma que: con un inventario depurado y con un espacio jurisdiccional preciso, la superestructura oficial podría idear con más precisión sus políticas de acción y ajustar sus planes de desarrollo, al hacerlos más realistas, con lo que mejoraría su escasa eficiencia actual en el ámbito urbano de las grandes ciudades. (p. 214-215).

Como lo menciona Boullón el inventario de los recursos y atractivos es uno de los primeros pasos importantes para el manejo y planificación del espacio turístico, puesto que, si se desconoce con qué recursos cuenta, entonces no se podría plantear ninguna iniciativa o circuito turístico; asimismo, en los casos donde sí se cuenta con circuitos establecidos, el inventario constituye la herramienta oportuna para la diversificación de los mismos. En el ámbito nacional, respecto al tema de inventario de recursos turísticos, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, ha establecido diferentes mecanismos y herramientas que contribuyen a ordenar el tema de planificación turística, de esta forma se puede mencionar el Manual para la formulación de inventarios turísticos a nivel nacional (2006), en el cual se detalla diferentes categorías para registrar al potencial de las regiones. Precisamente las categorías relacionadas al aspecto cultural son dos de cinco; la segunda denominada Manifestaciones Culturales y la tercera intitulada Folclor, cada categoría tiene tipos y subtipos, los cuales se precisan a continuación:

#### *Categoría: Manifestaciones Culturales*

##### *a. Museos y otros (Pinacoteca)*

b. Arquitectura y Espacios Urbanos: Iglesia (Templo, Catedral, etc.) Convento, Capilla, Casa de valor arquitectónico, Casa – Hacienda, Palacio o Castillo, Teatros, Biblioteca, Molino, Edificaciones (fortalezas, escuelas, cuarteles, colegios), Universidades, Plazas, Plazuelas, Alamedas, Paseos, Boulevards, Malecones, Barrios, Santuarios, Miradores, Parques, Glorietas, Puertos, Embarcaderos, muelles y caletas. Obras de ingeniería moderna (Puentes y canales de riego) Otros.

c. Lugares Históricos: Edificaciones (casas, balcones, cuartos, ventana, patios, murallas), Complejo Histórico, Barrios, Puertos, Embarcaderos, muelles y caletas, Campo Santo, Campo de Batalla, Plazas, Plazuelas, Obras de ingeniería, (Andenes, canales de riego y Puentes) Estación ferroviaria, Otros.

d. Sitios Arqueológicos: Edificaciones (Templos, fortalezas, plazas, cementerios, etc.), Cuevas y grutas, Pinturas Rupestres, Petroglifos (grabados en piedra), Esculturas, Geoglifos (grabado en tierra) Otros.

e. Pueblos: Pueblos Tradicionales, Pueblos Artesanales, Pueblos Históricos.

#### *Categoría folclor:*

a. Creencias Populares: Cuentos, Costumbres, Leyendas, Mitos, Tradiciones.

b. Ferias y Mercados: Mercados Artesanales, Ferias Artesanales.

c. Música y Danzas

d. Artesanía y artes: Alfarería, Cera(velas), Cerámica, Cestería, Cueros y Pielles, Madera/Carpintería(escultura), Instrumentos Musicales, Metales, Imaginería, Máscaras, Objetos Rituales, Papel, Piedras, Pinturas, Tejidos, Indumentaria, Orfebrería - joyería (oro y plata), Otros.

e. Gastronomía: Platos Típicos, Bebidas Típicas, Dulces Típicos.

f. Etnológico: Costa, Sierra, Selva.

Cabe resaltar, que el territorio peruano tiene una gran variedad de estilos y tipos de recursos culturales, por tal motivo la clasificación que utiliza el MINCETUR, es detallada como ya se expuso. El aspecto complementario a los recursos vendrían a ser los servicios que se brindan al turista, éstos también deben ser planificados y organizados dentro del espacio geográfico de una ciudad. Sobre el manejo del espacio cultural y urbano, propio de una ciudad involucrada en turismo, Boullon (2006) menciona que al recorrer una ciudad, el turista lo hace entre puntos que atraen su interés y motivan su presencia obligada, a los que llamamos áreas gravitacionales. Estas áreas se clasifican en cuatro tipos:

- Estaciones terminales de los sistemas de transporte.
- Zonas de concentración de la planta turística y otros servicios urbanos.
- Atractivos turísticos urbanos.
- Salidas a la rutas que conducen a los atractivos turísticos incluidos en el radio de influencia y calles que conectan los atractivos urbanos entre sí y con las zonas de concentración de la planta turística, y a ésta con las estaciones terminales. (p. 211-212)

Respecto al tema la OMT (1999) también acota: “El turismo también puede desempeñar un papel económico importante en el rejuvenecimiento económico de ciudades o distritos antiguos, poblaciones menores e incluso pueblos rurales si ofrecen atracciones a los turistas.” (p. 77).

Asimismo, La Riva (2013) sustenta que la adecuada combinación de la oferta cultural con los servicios que brinda una ciudad, son importantes para la diversificación y el avance progresivo para un destino o región involucrada en turismo:

Hay que tender al rescate y conservación de las manifestaciones culturales tanto tangibles como intangibles del pueblo, para sí lograr una armónica simbiosis

entre el turismo y el patrimonio cultural, pues los bienes culturales e históricos se convierten en atractivos turísticos, ideales para diversificar la oferta turística, ampliando así las rutas y circuitos turístico, pues las actividades turísticas comprenden por ejemplo: la visita a muros, la observación de monumentos y sitios históricos, conocimiento del folklore, los tesoros artísticos y manifestaciones culturales en general del destino turístico. (p. 21)

Por lo expuesto, se afirma que, una ciudad que cuenta con elementos históricos importantes, tiene el potencial idóneo para desarrollar el turismo cultural, además si ésta cuenta también con los servicios básicos y necesarios para atender al turista. Precisamente, la ciudad de Piura, cuenta con una Zona Monumental que alberga diferentes manifestaciones culturales de gran importancia (los recursos y atractivos de la ciudad de Piura se detallan en la propuesta de circuitos turísticos que plantea la presente investigación), lo cual explica favorablemente el planteamiento y estructuración de nuevos circuitos turísticos, puesto que la región de Piura, básicamente es reconocida por el turismo de playas y la propia ciudad sólo funciona como núcleo receptor de los servicios para el turista, es decir se desaprovecha la realidad cultural de la Zona Monumental.

La firme intención de esta investigación es demostrar que es viable la diversificación de la oferta turística de la ciudad de Piura a través de sus elementos culturales; los que funcionarían como paquetes adicionales a los turistas que visitan esta zona, este aspecto fomentaría que el turista incremente sus días de estadía en dicha ciudad y por consiguiente que el gasto promedio también aumente. Todo ello se sustenta en el turismo planificado y sostenible que debe ser manejado una zona para el aprovechamiento adecuado de sus recursos.

## **1.4 Formulación del problema**

### **1.4.1 Pregunta General**

¿Qué circuito turístico se debe proponer como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura?

### **1.4.2 Preguntas específicas**

¿Qué atractivos turísticos posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural?

¿Cuál es el nivel cultural de los pobladores y las tendencias del turista con relación a la actividad turística en la ciudad de Piura?

## **1.5 Justificación**

La presente investigación tiene una justificación social dado que busca generar una propuesta de circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la Zona Monumental de la ciudad de Piura, basándose en el potencial y/o atractivos que posee esta ciudad, los cuales no son considerados en la actualidad como parte de los circuitos establecidos por las operadoras y agencias de turismo.

Con ello, se trata de ofrecer una opción de diversificación al turismo regional, más allá del habitual destino de sol y playas, aprovechando las características culturales e históricas de una ciudad como Piura.

De acuerdo a la propuesta que se plantea, se trata de incentivar a las empresas a tomar en cuenta la Zona Monumental de Piura, motivando el interés de los turistas

y que éstos puedan tomar en cuenta una nueva opción de visita. Con esto se podría estar generando nuevas fuentes de trabajo para el personal especializado en Turismo de la localidad, contribuyendo a dinamizar la economía piurana.

## **1.6 Hipótesis**

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010), las investigaciones descriptivas, no necesariamente consideran hipótesis.

## **1.7 Objetivos**

### **1.7.1 Objetivo General**

Proponer un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura

### **1.7.2 Objetivos Específicos**

Identificar los atractivos turísticos que posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural

Conocer el nivel cultural de los pobladores y las tendencias del turista con relación a la actividad turística en la ciudad de Piura



## **II. METODO**

### **2.1 Diseño de investigación**

El diseño de la investigación fue no experimental porque no se efectuó manipulación intencional de alguna variable independiente (estímulos, influencias o intervenciones) para analizar sus consecuencias sobre variables dependientes. (Vara, 2012). Asimismo fue transversal pues el recojo de información se realizó en un mismo periodo de tiempo. (Hernández, Fernández y Baptista, 2010)

Finalmente también presenta un diseño metodológico descriptivo; porque tiene como objetivo indagar la incidencia de los niveles de una o más variables en una población, para así proporcionar la descripción de sus características.

### **2.2 Variables, operacionalización**

#### **2.2.1 Variables**

##### **V.I.: Circuito Turístico**

Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo. (Mincetur, 2012).

##### **V.D.: Turismo cultural**

La Organización Mundial del Turismo (OMT) citada por la Fundación EOI (2012) define al Turismo Cultural como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros.

**Tabla. Operacionalización de variables**

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>
<b>Circuito Turístico</b>	Conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista. El punto de inicio y de fin del circuito es el mismo. (Mincetur, 2012).	El circuito turístico se evaluará a través de la identificación de los atractivos ubicados dentro de la Zona Monumental de la ciudad de Piura, teniendo en cuenta las etapas para la estructuración de un circuito turístico, para lo cual se emplearán las técnicas de la encuesta y la observación	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identificación de los atractivos.</li> <li>-Rutas turísticas</li> <li>-Accesibilidad</li> <li>-Fuentes de información turística</li> </ul>	Nominal
<b>Turismo cultural</b>	La Organización Mundial del Turismo (OMT) citada por la Fundación EOI (2012) define al Turismo Cultural como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros.	El turismo cultural se evaluará a través de la interacción entre el potencial circuito turístico con el poblador y el turista para lo cual se empleará la técnica de la encuesta	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Fomento del turismo e identidad cultural</li> <li>-Patrimonio Cultural</li> <li>-Participación local y turistas</li> <li>-Nivel de conocimiento en relación al patrimonio cultural de la ciudad de Piura</li> <li>-Diversificación de la oferta turística</li> </ul>	Nominal

## **2.3 Población y muestra**

### **2.3.1 Población**

En la presente investigación se trabajó con la población del distrito de Piura, la cual para el año 2011 fue de 284198 personas. (INEI, 2011)

Por otro lado, no se encuentran datos estadísticos de turistas que visiten específicamente la zona monumental de Piura, el tiempo de estadía en la ciudad es corta, la mayor parte de sus actividades lo realizan en las playas. Tampoco se encuentran datos de ciudadanos que se encuentren habitando dentro de la zona monumental.

### **2.3.2 Muestra**

Se determinó dos muestras no probabilísticas, siendo la primera 114 habitantes de la ciudad de Piura y la segunda 61 turistas visitantes de esta ciudad.

### **2.3.3 Muestreo**

El muestreo fue no probabilístico por conveniencia, dada la realidad de campo que presentó el estudio.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **2.4.1 Técnicas**

- Encuesta: Esta técnica consiste en recopilar información de: Sugerencias, opiniones, repuestas y datos generales que se proporcionen a preguntas formuladas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través de este medio.

- Observación directa: Esta técnica consiste en tratar de recoger sistemáticamente a las unidades de análisis, implica adentrarnos en profundidad estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones.

#### **2.4.2 Instrumentos**

- Cuestionario: Se aplicó a turistas y pobladores de Piura, con la finalidad de conocerla realidad respecto a cada indicador establecido en la matriz de operacionalización de variables.
- Guía de observación: Se aplicó a fin de conocer los recursos turísticos culturales de la zona monumental de la ciudad de Piura.

#### **2.4.3 Validez**

- Validez de contenido: La validez de contenido se llevó a cabo por expertos, quienes verificaron que el cuestionario cumpla con un diseño coherente a las bases teóricas y los objetivos de la investigación, asimismo sea suficiente, bien organizado y consistente para tal fin.

#### **2.4.4 Confiabilidad**

- Para que se hable de que el instrumento es idóneo, y que se pueda utilizar con toda la confianza se requiere que cumpla con dos requisitos: validez y confiabilidad. El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

El procesamiento y análisis de datos se llevó a cabo a través del programa Excel 2010 para Windows, el cual permitió la representación gráfica de los resultados obtenidos en la investigación.

## **2.6 Aspectos éticos**

En el desarrollo de esta investigación se conservará en todo momento confidencialidad de las distintas fuentes primarias y secundarias. Garantizará los principios éticos en investigación; reconocerá la autoría intelectual de las teorías y cada una de las fuentes de información, citadas parcial o totalmente en el marco teórico de la investigación. Así mismo se guardará discreción sobre los nombres de las personas que brindarán la información mediante el cuestionario aplicado.

### III. RESULTADOS

El presente capítulo se muestra los resultados obtenidos, con la finalidad de dar respuesta a los objetivos de la investigación. Para ello se aplicó un cuestionario estructurado. Los resultados se presentan a continuación.

**Tabla 1. ¿Qué medio le permitió conocer a la ciudad de Piura?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
A través del internet	11	26,2
Mediante programas televisivos	16	18,0
Folletos turísticos	20	32,8
Experiencias vividas	14	23,0
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 1 se observa que de la muestra de turistas que arribaron a Piura, el 32,8% obtuvo conocimiento de la ciudad a través de folletos turísticos, el 26,2 a través de internet, el 23% a través de experiencias vividas y el 18% a través de programas televisivos. Lo cual indica una amplia posibilidad de medios de comunicación para dar a conocer la ciudad de Piura, por lo que todo plan que busque promoverla deberá hacer uso de múltiples medios para llegar a los potenciales turistas, incluyendo de forma especial los medios electrónicos.

**Tabla 2. ¿Qué es lo que conoce de la ciudad de Piura?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Sus playas	15	24,6
Su gastronomía	21	34,4
Patrimonio cultural	7	11,5
Fiestas patronales	7	11,5
Cerámica y/u orfebrería	11	18,0
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 2 se observa que de la muestra de turistas que arribaron a Piura, el 34,4% conocen de la ciudad de Piura la gastronomía, el 24,6% las playas, 18% la cerámica u orfebrería y el 11,5 % el patrimonio cultural y fiestas patronales. Estos resultados indican que existe un apreciable porcentaje de turistas que reconocen en Piura un destino turístico que va más allá de sol y playas y se orienta también hacia lo cultural, lo cual denota un interesante potencial a explotar en materia de recursos turísticos.

**Tabla 3. Escoja una actividad primordial que realizará en Piura**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Visitar sus playas	12	19,7
Probar la gastronomía	21	34,4
Visitar sus iglesias, museos , casonas	6	9,8
Comprar artesanía y/o cerámica	13	21,3
Realizar negocio	8	13,1
Ecoturismo	1	1,6
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 3 se puede apreciar que de la muestra de turistas que arribaron a la ciudad de Piura, el 19,7% lo hizo con la intención de visitar las playas, el 34,4% con la finalidad de probar la gastronomía, el 21,3% para comprar artesanía y/o cerámica, el 13,1% por negocios y el 1,6 realizará ecoturismo. Sin embargo solo el 9.8% llegó a Piura con el objetivo de visitar iglesias, museos y casonas, lo cual refleja el escaso conocimiento que se tiene entre estas personas respecto a la existencia de estos recursos que bien podrían ser mejor explotados como parte de un circuito turístico local.



**Tabla 4. ¿Cuál fue la forma de planificar su visita a Piura?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	32	52,5
Por agencia de viaje	13	21,3
Por recomendación de un familiar y/o amigo	16	26,2
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 4 se observa que de los turistas que arribaron a la ciudad de Piura, el 52.5% refieren haber hecho una planificación independiente de sus itinerarios, el 26.2% por recomendación de un familiar y/o amigo y el 21.3% a través de una agencia de viajes. Esto deja entrever que la mayoría de viajeros que llegan a Piura con fines de turismo deciden solos sus destinos, por lo que resultaría importante trabajar los canales de comunicación electrónica para promocionar los recursos turísticos culturales de Piura y llegar de mejor forma a esta población objetivo.

**Tala 5. ¿Cuál de las alternativas le motivaron para visitar Piura?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Ciudad Piura	11	18,0
Playas	19	31,1
Gastronomía	18	29,5
Cerámica y orfebrería	12	19,7
Ecoturismo	1	1,6
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 5 se puede apreciar que el 31,1% de los turistas que arribaron a la ciudad de Piura fueron motivados por la promoción de playas, el 29,5% por la gastronomía, el 19,7% la cerámica y orfebrería, el 18% la ciudad de Piura y el 1,6 % el ecoturismo. Estos resultados indican un porcentaje significativo interesado en el destino turístico de Piura como ciudad, lo cual genera una clara posibilidad de explotar los recursos turísticos culturales locales para incentivar el turismo.

**Tala 6. Piura es conocido por sus playas, escoja una alternativa diferente para promocionar a la ciudad**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Promocionar su patrimonio cultural	15	24,6
Promocionar su gastronomía	21	34,4
Promocionar sus festividades religiosas	8	13,1
Promocionar su cerámica y orfebrería	17	27,9
Total	61	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas que visitan la ciudad de Piura- Julio 2012

En la tabla 6 se aprecia que los turistas que arribaron a la ciudad de Piura, el 34.4% considera que una alternativa a promocionar para fines turísticos en la localidad es la gastronomía, el 24,6 % su patrimonio cultural, el 27,9% la cerámica y orfebrería y el 13,1 las fiestas religiosas. En este caso se puede observar que aproximadamente la cuarta parte de encuestados piensa que el patrimonio cultural es un factor importante y que aún no ha sido adecuadamente promocionado y por tanto no es suficientemente conocido en la población turística objetivo.

**Tabla 7. ¿Cuál de las siguientes opciones pertenece al patrimonio cultural de una ciudad?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Las casonas	26	22.80
Los monumentos	42	36.84
Las iglesias	31	27.19
Las pinturas históricas	7	6.14
Su folklore	8	7.01
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 7 se aprecia que de los 114 ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura el 36.84 % considera que los monumentos pertenecen al patrimonio cultural, el 27.19% considera a las iglesias, el 22.80% considera a las casonas, el 7 % considera al folclore y el 6.14 % considera a las pinturas históricas. Estos resultados dejan entrever que existe una mayoritaria percepción en cuanto a una relación positiva entre el concepto de patrimonio cultural y casonas, monumentos e iglesias, lo cual indica un importante nivel de conciencia en cuanto al papel que juegan estos recursos en cuanto a la cultura local.

**Tabla 8. ¿Tienes conocimiento del patrimonio cultural de Piura?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
No tengo conocimiento	40	35,08
Lo leí en folletos	30	26,31
Lo aprendí en la escuela	26	22,80
Lo observe en la televisión	10	8,77
Me entere por comentarios de familiares y amigos	8	7,01
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 8 se puede visualizar que del total de ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura el 35.08% no tiene conocimiento en relación al patrimonio cultural, el 26.31% lo ha leído en folletos turísticos, el 22.80% lo aprendió en la escuela, el 8.77% lo observó en algún programa de televisión y el 7.01% por comentarios de amigos y/o familiares. Esto indica que es necesario concientizar a la población local respecto a la importancia de estos recursos para el desarrollo del turismo en Piura, de modo tal que se supere la sola relación Piura – Sol y Playas. De este modo se podrá generar un importante dinamismo a la economía local.

**Tabla 9. ¿Con cuál de estas opciones relacionaría el estado de conservación del patrimonio?**

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Están perfectamente cuidadas	2	1.75
Nadie se preocupa por conservarlas	19	16.66
La falta de conocimiento implica no cuidarlas	27	23.68
El gobierno no se preocupa por conservarlas	51	44.73
Nosotros las cuidamos	15	13.15
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 9 de los ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura el 44.73% considera que el gobierno no se preocupa por conservar el patrimonio cultural, el 23.68% considera que la falta de conocimiento implica no cuidarlas, el 16.66 % considera que nadie se preocupa por conservarlas, el 13.15% considera que el ciudadano debe conservarlos y el 1.75% las encuentran perfectamente conservadas. Estos resultados dejan apreciar una percepción mayoritariamente negativa respecto al estado de conservación del patrimonio cultural de Piura, por lo que es necesario promover la restauración, conservación y cuidado del mismo a fin de mantenerlos en condiciones óptimas y por tanto atractivas al turista que busca diversificar sus opciones de visita en la localidad.

**Tabla 10.** ¿Cómo aportaría en la conservación del Patrimonio cultural de la ciudad de Piura?

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
No ensuciando y/o deteriorando	40	35.08
Conociendo e investigando de manera personal la importancia del patrimonio	31	27.19
Informando a otras personas	27	23.68
No tengo idea de cómo conservarlos	16	14
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 10, los resultados del cuestionario aplicado a la muestra de ciudadanos de la ciudad de Piura se puede comprobar que el 35.08% opina que su aporte al patrimonio cultural de la ciudad sería no ensuciándolo o deteriorándolo, mientras que el 27.19% aportaría conociéndolo e investigándolo de manera personal, el 23.68% informando a otras personas y el 14% no tiene idea como conservarlo.

**Tabla 11.** ¿De qué manera las autoridades podrían aportar para la conservación del patrimonio?

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Aplicando leyes de conservación y protección	31	27.19
Contar con un presupuesto para la conservación y protección	39	34.21
Organizar campañas de sensibilización e identidad cultural	26	22.80
Promocionar el patrimonio cultural	18	15.78
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 11 se aprecia que el 34.21% de los ciudadanos encuestados de Piura considera que el gobierno debe contar con un presupuesto destinado a la conservación y protección del patrimonio, el 27.19% opina que deberían aplicarse leyes de conservación y protección, el 22.80% considera que deberían organizarse campañas de sensibilización e identidad cultural y el 15.78% cree que debería promocionarse el patrimonio cultural. De estos resultados se puede inferir que es necesario que el gobierno se identifique y realice esfuerzos concretos para mejorar el estado de conservación del patrimonio, a fin de que pueda ofrecerse al turista lugares interesantes y atractivos.



**Tabla12.** ¿Con cuál de las siguientes opciones relacionaría a la propuesta de un circuito turístico cultural?

Opinión	Frecuencia	Porcentaje
Ayudaría a informarnos del patrimonio cultural	35	30.70
La historia y/o cultura es aburrida	4	3.50
Llegarían más turistas	46	40.35
Conocerían mejor la ciudad de Piura	29	25.43
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a 114 ciudadanos de la ciudad de Piura - Julio 2012

En la tabla 12 se aprecia que el 40.35% de los ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura consideran que con la propuesta de un circuito turístico llegarían más turistas, el 30.70% considera que ayudaría a informarnos mejor del patrimonio cultural, el 25.43 considera que conocerían mejor a la ciudad y el 3.5 considera a la historia aburrida. Estos resultados resaltan las perspectivas positivas respecto a los resultados de una posible propuesta de circuito turístico en la ciudad de Piura, lo cual redundaría en la llegada de más turistas a la localidad atraídos por su patrimonio cultural.

## IV.DISCUSIÓN Y PROPUESTA

### 4.1. Discusión

De acuerdo a los objetivos de la investigación se presenta a continuación la discusión de los resultados:

En cuanto al **primer objetivo específico** relacionado a la identificación de los atractivos turísticos que posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural, la Ley Peruana del Turismo (2009) menciona: “Recursos Turísticos: son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos”. (art. 03). Sobre el mismo tema, Montaner (1998) acota: “Los recursos turísticos están conformados por el conjunto del patrimonio natural, histórico-monumental, artístico y cultural que posee un núcleo turístico (pueblo, ciudad, comarca, provincia, región o país) y que ejerce un gran poder de atracción turística.” (p. 299). En la presente investigación, se observa que de la muestra de turistas que arribaron a Piura, el 32,8% obtuvo conocimiento de la ciudad a través de folletos turísticos, el 26,2 a través de internet, el 23% a través de experiencias vividas y el 18% a través de programas televisivos. Esto indica la existencia de una importante posibilidad de medios de comunicación y de la necesidad de su uso para dar a conocer los recursos turísticos para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Piura.

De otra parte, en la investigación se pudo evidenciar de la muestra de turistas encuestados que arribaron a Piura, el 34,4% conocen de la ciudad de Piura la gastronomía, el 24,6% las playas, 18% la cerámica u orfebrería y el 11,5 % el patrimonio cultural y fiestas patronales. Estos resultados permiten inferir que existe un significativo porcentaje de turistas que reconocen en Piura un destino

turístico que va más allá de sol y playas y se orienta también hacia lo cultural, lo cual denota un interesante potencial a explotar en materia de recursos turísticos.

Lo anterior se puede contrastar con la investigación desarrollada por Toselli, Ten Hoeve y Mahieu (2015) “Propuesta de circuito turístico-cultural en el Corredor del río Uruguay, Entre Ríos, Argentina”, en la cual a partir de los resultados de estudios interdisciplinarios en documentos históricos y yacimientos arqueológicos del período hispánico-guaraní en las localidades de San José, Ubajay y Puerto Yeruá, provincia de Entre Ríos (Argentina), se constató la existencia de una red de caminos, sobre la franja costera paralela al Río Uruguay, así como un conjunto de núcleos productivos correspondientes al mencionado período de estudio. En este contexto se propuso como objetivo central de la investigación, identificar los testimonios representativos del patrimonio cultural del período hispánico-guaraní en el corredor del río Uruguay, para encarar su puesta en valor e integración de las localidades de estudio a partir de un circuito turístico-cultural con la incorporación de nuevos recursos patrimoniales existentes en el territorio de estudio, diversificando la oferta turística de estos destinos.

Por otro lado, en la investigación llevada a cabo en Piura, se aprecia que de los turistas que arribaron a la ciudad de Piura, el 34.4% considera que una alternativa a promocionar para fines turísticos en la localidad es la gastronomía, el 24,6 % su patrimonio cultural, el 27,9% la cerámica y orfebrería y el 13,1 las fiestas religiosas. En este caso se puede observar que aproximadamente la cuarta parte de encuestados piensa que el patrimonio cultural es un factor importante y que aún no ha sido adecuadamente promocionado y por tanto no es suficientemente conocido en la población turística objetivo. Al respecto Morere (2013) sostiene que el turismo cultural se configura como un concepto en permanente proceso de construcción. En él se integran, por un lado, la oferta de recursos y productos basados en el patrimonio monumental y material que se irá ampliando al significado global del patrimonio cultural. Por otro incorpora la

demanda y sus motivaciones generando un turismo cultural cada vez más amplio e integrador, donde todos sus componentes se entremezclan y articulan entre sí. Sin embargo, las distintas formas de acceder al patrimonio y a la cultura admiten distintas formas de turismo, turismo patrimonial, turismo artístico y turismo creativo.

En otro resultado importante de la presente investigación se pudo apreciar que de los 114 ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura el 36.84 % considera que los monumentos pertenecen al patrimonio cultural, el 27.19% considera a las iglesias, el 22.80% considera a las casonas, el 7 % considera al folclore y el 6.14 % considera a las pinturas históricas. Estos resultados permiten entrever que existe una mayoritaria percepción en cuanto a una relación positiva entre el concepto de patrimonio cultural y casonas, monumentos e iglesias, lo cual indica un importante nivel de conciencia en cuanto al papel que juegan estos recursos en cuanto a la cultura local. Crespi y Planells (2006), también acotan que: hoy existe un turismo consolidado donde el patrimonio y los bienes culturales son los principales elementos de atracción, hecho que ha motivado la aparición de agencias y profesionales especializados en el diseño de productos basados en dichos recursos. Al mismo tiempo se ha producido un cambio acentuado en el comportamiento de la demanda; el cliente turístico es más experto, más exigente con los productos que se le ofrecen, y reclama una serie de actividades que pertenecen al mundo de la cultura y el patrimonio. (p. 177)

Asimismo, Fernández (2008) sostiene que: los recursos culturales vienen constituidos por cuantos elementos de las regiones turísticas derivan de la actuación, presente o pasada, de los colectivos humanos, de las civilizaciones humanas. Engloba pues el acervo histórico, archivístico, monumental (arquitectónico, artístico, museístico, arqueológico, etc.), folclórico, etnológico, etc. (p. 36).

Respecto al **segundo objetivo específico** relacionado al conocimiento del nivel cultural de los pobladores y las tendencias del turista nacional e internacional con relación a la actividad turística en la ciudad de Piura. Para Acerenza (2006): “el turismo para la sociedad es, en esencia, una actividad relacionada con el descanso, el placer, el desarrollo cultural y la recreación”. (p. 27). Si bien, mayormente se ha relacionado al turismo con la recreación, el deleite de paisajes y las visitas turísticas hacia destinos de interés internacional, también es posible enfatizar un sentido más profundo de contribución al desarrollo cultural de las personas involucradas, tanto de los que realizan el viaje como de los residentes.

En la investigación realizada en Piura se puede apreciar que de la muestra de turistas que arribaron a la ciudad, el 19,7% lo hizo con la intención de visitar las playas, el 34,4% con la finalidad de probar la gastronomía, el 21,3% para comprar artesanía y/o cerámica, el 13,1% por negocios y el 1,6% para realizar ecoturismo. Sin embargo solo el 9.8% llegó a Piura con el objetivo de visitar iglesias, museos y casonas, lo cual refleja el escaso conocimiento que se tiene entre estas personas respecto a la existencia de estos recursos que bien podrían ser mejor explotados como parte de un circuito turístico local. En este contexto, Vera (2010) presentó la tesis titulada “El turismo cultural en México: Alternativa para el desarrollo sustentable local”, cuyo objetivo principal fue investigar la situación actual del turismo cultural en México y las alternativas para que este segmento turístico se convierta en un factor de desarrollo sustentable para las comunidades, teniendo como base fundamental la participación de las comunidades, ya que estas deben ser las protagonistas de su propio desarrollo y por tanto de sus proyectos turístico culturales.

Entre las principales conclusiones se tuvo que fue un conjunto de variables exógenas las que impulsaron el turismo en México, entre ellas destacan el desarrollo de los medios de transporte y la redefinición del concepto de ocio como generador de ganancias y tiempo que se emplea para consumir.

La propuesta gira entonces entorno a la adopción de un enfoque integrado, en lugar de perseguir de manera aislada un proyecto turístico cultural y además se tengan presentes los programas de protección al medio ambiente.

En la presente investigación, los resultados permitieron apreciar que el 31,1% de los turistas que arribaron a la ciudad de Piura fueron motivados por la promoción de playas, el 29,5% por la gastronomía, el 19,7% la cerámica y orfebrería, el 18% la ciudad de Piura y el 1,6 % el ecoturismo. Estos resultados indican un porcentaje significativo interesado en el destino turístico de Piura como ciudad, lo cual genera una clara posibilidad de explotar los recursos turísticos culturales locales para incentivar el turismo.

Cienfuegos (2012) por su parte, presentó la tesis titulada “Una propuesta de acción para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana: diagnóstico y planeamiento estratégico”, concluyendo que la elaboración de un Plan de Acción para lograr el desarrollo del Turismo Rural en el distrito de Marcavelica, sólo será viable si se toma en cuenta la participación directa de la población local y la creación de alianzas estratégicas entre el sector público y privado. No obstante, en la investigación realizada en la ciudad de Piura, se pudo visualizar que del total de ciudadanos encuestados el 35.08% no tiene conocimiento en relación al patrimonio cultural, el 26.31% lo ha leído en folletos turísticos, el 22.80% lo aprendió en la escuela, el 8.77% lo observó en algún programa de televisión y el 7.01% por comentarios de amigos y/o familiares. Esto permite entrever que es fundamental concientizar a la población local respecto a la importancia de estos recursos para el desarrollo del turismo en Piura, de modo tal que se supere la identificación de Piura como un destino únicamente de sol y playas. Ello podría permitir la dinamización de la economía local, favoreciendo a mypes del sector.

En lo que concierne al **objetivo general** de la investigación, relacionado a la propuesta de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura, la Organización Mundial del Turismo OMT (2012), en sus estudios anuales sobre el panorama del turismo mundial, afirma que la actividad turística es clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar de las personas y las sociedades. Mientras que para Vignati (2009) la planificación de destinos turísticos puede influir en la vida de millares de personas. Exige que el responsable se enfrente a una amplia variedad de informaciones, para que con base en ellas se proponga acciones concretas que contribuyan al desarrollo de la comunidad y al rendimiento de las inversiones públicas y privadas. (p. 108)

En este contexto, la investigación llevada a cabo en Piura permitió conocer que de la muestra de ciudadanos encuestados el 44.73% considera que el gobierno no se preocupa por conservar el patrimonio cultural, el 23.68% considera que la falta de conocimiento implica no cuidarlas, el 16.66 % considera que nadie se preocupa por conservarlas, el 13.15% considera que el ciudadano debe conservarlas y el 1.75% las encuentran perfectamente conservadas. Estos resultados dejan apreciar una percepción mayoritariamente negativa respecto al estado de conservación del patrimonio cultural de Piura, por lo que es necesario promover la restauración, conservación y cuidado del mismo a fin de mantenerlos en condiciones óptimas y por tanto atractivas al turista que busca diversificar sus opciones de visita en la localidad.

De otra parte Vélez (2008) presentó la tesis “Los circuitos culturales en la construcción de marca ciudad. Caso Medellín”, entre sus principales conclusiones se consideró pertinente construir sub marcas que agrupen distintas áreas de interés: educación, cultura, turismo, servicios sociales, salud y espacio público. Dichas sub marcas en tanto usualmente son ámbitos de acción de la gestión pública, conllevan sin embargo la necesaria participación del sector privado.

“Circuito turístico es conjunto de diversos destinos que se unen en forma articulada y programada. Contemplan dentro de éstos, recursos naturales, culturales y humanos, así como un conjunto de servicios ofrecidos al turista teniendo como punto final de destino el de origen. (La Riva, 2012, p. 57)”. Como sostiene dicha definición, el circuito turístico contempla uno o varios núcleos turísticos, (por ejemplo capitales de países, ciudades importantes u otros), los que a su vez, tienen diversos recursos y/o atractivos turísticos ya sea de tipo natural o cultural. Por su parte en la presente investigación, se pudo comprobar que el 35.08% de la muestra de ciudadanos encuestados de Piura opina que su aporte al patrimonio cultural de la ciudad sería no ensuciándolo o deteriorándolo, mientras que el 27.19% aportaría conociéndolo e investigándolo de manera personal, el 23.68% informando a otras personas y el 14% no tiene idea como conservarlo.

Asimismo La Riva (2013) sustenta que la adecuada combinación de la oferta cultural con los servicios que brinda una ciudad, son importantes para la diversificación y el avance progresivo para un destino o región involucrada en turismo. Mientras que en otro de los principales resultados de la investigación se comprobó que el 34.21% de los ciudadanos encuestados de Piura considera que el gobierno debe contar con un presupuesto destinado a la conservación y protección del patrimonio, el 27.19% opina que deberían aplicarse leyes de conservación y protección, el 22.80% considera que deberían organizarse campañas de sensibilización e identidad cultural y el 15.78% cree que debería promocionarse el patrimonio cultural. De estos resultados se puede inferir que es necesario que el gobierno se identifique y realice esfuerzos concretos para mejorar el estado de conservación del patrimonio, a fin de que pueda ofrecerse al turista lugares interesantes y atractivos.

Asimismo respecto a los tipos de circuitos turísticos, Nérida Chan (1994) asevera que en función a la diagramación, el circuito puede ser lineal o circular: El primero es conocido también como corredor turístico, ya que empieza en un



lugar y termina en otro. Caso contrario es el tipo de circuito circular, el cual empieza en una determinado punto o ciudad, para luego proseguir el recorrido por otras ciudades y al final regresa al mismo punto de origen.

En la presente investigación se pudo apreciar que el 40.35% de los ciudadanos encuestados de la ciudad de Piura consideran que con la propuesta de un circuito turístico llegarían más turistas, el 30.70% considera que ayudaría a informarnos mejor del patrimonio cultural, el 25.43% considera que conocerían mejor a la ciudad y el 3.5% considera a la historia aburrida. Estos resultados resaltan las perspectivas positivas respecto a los resultados de una posible propuesta de circuito turístico en la ciudad de Piura, lo cual redundaría en la llegada de más turistas a la localidad atraídos por su patrimonio cultural.

Gastelo (2010), llevó a cabo la tesis titulada “El recorrido Saña – Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural”. Entre las principales conclusiones se tuvo que el turismo en el Perú está enfocado desde el punto de vista de su historia y monumentalidad, el territorio correspondiente a la costa y sierra del norte del Perú no está articulado en torno a un eje turístico interregional que lo haga más atractivo para el visitante y genere valor agregado en sí mismo y finalmente la generación de un recorrido turístico que se centre en el futuro y que ayude a generar mano de obra para sus habitantes. En este contexto, se propone a continuación el circuito turístico en la zona monumental de la ciudad de Piura.

## **4.2. Propuesta**

### **PROPUESTA DE UN CIRCUITO TURÍSTICO EN LA ZONA MONUMENTAL DE LA CIUDAD DE PIURA**

#### **4.2.1. Introducción**

A lo largo de los últimos años se ha podido atestiguar el desarrollo de la actividad turística en la ciudad de Piura. Los proyectos turísticos en la mayoría de los casos están orientados al sector hotelero, los cuales son favorables para la población piurana, puesto que se convierten en una fuente generadora de empleo y directamente permite encontrar mayores oportunidades laborales. El rol profesional en el sector turismo permite aportar nuevas ideas en busca de este desarrollo, así como efectuar apreciaciones críticas como por ejemplo respecto a la identificación de Piura como destino turístico relacionado mayoritariamente a sus playas, no obstante es evidente que Piura cuenta con diferentes atractivos culturales y naturales.

Piura siempre ha sido catalogada como una ciudad de paso, y esto se debe a que no existen ofertas turísticas que permitan aumentar los índices de pernoctaciones en la ciudad, los circuitos turísticos solo incluyen visitar Catacaos y un pequeño city tours y no realzan el valioso patrimonio cultural inmueble como por ejemplo las diferentes casonas, edificaciones estatales como es el ex local del Ministerio de Cultura, edificaciones religiosas (Catedral, Iglesia La Merced, San Francisco, Del Carmen, Cruz del Norte) y ambientes urbanos como calles plazuelas y plazas (calle Lima, Plaza de Armas, Plaza Hermanos Meléndez, Plaza Pizarro, Plazuela Ignacio Merino , Plaza Miguel Grau, Plaza Bolognesi).

A pesar de que el turismo no es la principal actividad económica en nuestro país y que no existan políticas para el desarrollo de éste, se debe tener iniciativas y plasmar los conocimientos, es por eso que nace la idea de proponer un circuito turístico en la Zona Monumental de la ciudad de Piura, con la finalidad de desarrollar el turismo cultural y mejorar la oferta turística en la localidad.

## Objetivos:

- **General:** Desarrollar el turismo cultural en la ciudad de Piura a través de la propuesta de un circuito turístico en la Zona Monumental.
- **Específicos :**
  - Identificar los atractivos y/o recursos turísticos en la Zona Monumental
  - Proponer un itinerario a realizar en el circuito turístico

### 4.2.2. Formulación de la propuesta del Circuito Turístico

Este trabajo tuvo como punto de partida reconocer que la ciudad de Piura puede ofrecer diferentes alternativas turísticas que no estén únicamente orientadas al destino sol y playa, posteriormente se procedió a la formulación de los objetivos generales y específicos que permitan enunciar las metas a alcanzar con la investigación. Complementariamente se aplicaron fichas de observación para poder identificar los atractivos dentro de la Zona Monumental y conocer el estado de conservación, en la investigación también se pudo recopilar datos estadísticos de las encuestas aplicadas para formular la propuesta final

- **Delimitación geográfica del área de intervención:** El 26 de Junio del año 1987 en el diario el Peruano se declararon nuevos monumentos y ambientes urbanos monumentales en la Resolución Ministerial N°303-87-ED dice lo siguiente: Visto el oficio N° 890-J-INC-87 del Jefe del Instituto Nacional de Cultura los Acuerdos de la Comisión Nacional técnica calificadora de proyectos arquitectónicos y demás antecedentes relativos a la inclusión de nuevos monumentos , consideran que es deber del Estado velar por la conservación del patrimonio Monumental de la Nación Que el INC en cumplimiento de la función asigna la Ley viene realizando una acción permanente de identificación y registro de inmuebles,

espacios y áreas monumentales que por valor deben ser declarados integrantes del Patrimonio Monumental de la Nación.... Declararon Monumento al Jr. Apurímac N° 359-365-371 (Casa Temple-Seminario), declararon Ambiente Urbano Monumental (Plaza de Armas, Plazuela Ignacio Merino, Plazuela Hermanos Meléndez, Plazuela Francisco Pizarro, Plaza Miguel Grau, Plaza Francisco Bolognesi), declararon Zona Monumental al área comprendida entre la calle Av. Bolognesi, Jr. Cuzco, Jr. Libertad y la calle intermedia entre Lambayeque y Av. San Teodoro.

- **Diagnóstico de la oferta y demanda**

- En la Plaza de Armas se encuentra la Municipalidad de Piura y la oficina de información puede brindar información correspondiente de los atractivos que se va a visitar.
- Dentro del área correspondiente a la Zona Monumental se encuentra el hotel Los Portales, Iknux, Intiotel, Hostal Terraza, Costa Bella, se pueden encontrar establecimientos para todo tipo de poder adquisitivo, permitiendo captar turistas de todo sector económico.
- Dentro de la Zona Monumental también cuenta con restaurantes como La Tomasita, Don Parce, La Santitos que constituyen diferentes opciones para la degustación de la gastronomía piurana
- En la Zona Monumental se pueden apreciar diferentes tipos de construcciones arquitectónicas, coloniales y de valor histórico para la ciudad de Piura.
- No todas se encuentran en perfecto estado, pero el valor histórico es lo que generará el interés por conocerlo.
- Los atractivos y recursos ubicados en la Zona Monumental se encuentran relativamente cerca, la cual disminuye gastos por transporte.
- La ciudad de Piura recibe un importante número de arribos de turistas nacionales y extranjeros, pero al no conocer la Zona Monumental no está

dentro de su itinerario recorrerlo, es por eso que solamente pernoctan una noche para luego visitar las playas

- El turismo de negocio se está incrementando en la ciudad de Piura, la gran parte de este segmento no cuenta con el tiempo suficiente para recorrer otros destinos los cuales optan por quedarse en la ciudad, este sería un segmento importante para el cual se puede dirigir la propuesta

- **Análisis FODA**

- **FORTALEZAS**

- La ciudad de Piura albergó gran cantidad de personajes ilustres como por ejemplo Miguel Grau Seminario, la importancia histórica vendría ser el valor agregado a la promoción patrimonio cultural.
- La ciudad de Piura es la primera ciudad fundada por los españoles en el Pacífico Sur, otro hecho histórico que permitiría impulsar nuestro patrimonio cultural
- Los atractivos y/o recursos turísticos en la Zona Monumental se encuentran cerca esto implica minimizar gastos de transporte

- **OPORTUNIDADES**

- La ciudad de Piura año tras año esta incrementando el número de arribos de turistas
- En la actualidad existen propuestas que permitan desarrollar la actividad turística en la ciudad de Piura
- Existe un segmento el cual busca otras alternativas de ofertas turísticas que estén acorde con el tiempo de su estadía en la ciudad de Piura

- **DEBILIDADES**

- El desarrollo de turismo cultural implica un grado de identidad cultural y el poblador piurano desconoce del patrimonio que lo rodea.
- Parte del patrimonio cultural se encuentra en deterioro.

- **AMENAZAS**

- Las manifestaciones sociales se desarrollan dentro de los límites de la Zona Monumental, específicamente en la Plaza de Armas, estos pueden atentar contra la seguridad de los turistas.
- La falta de conocimiento por parte de la población podría generar el deterioro del patrimonio cultural.
- Frente un eventual Fenómeno del Niño, el patrimonio no cuenta con la protección adecuada para su conservación.

- **ITINERARIO**

- ✓ 09:00am : Partida del Ovalo Bolognesi



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

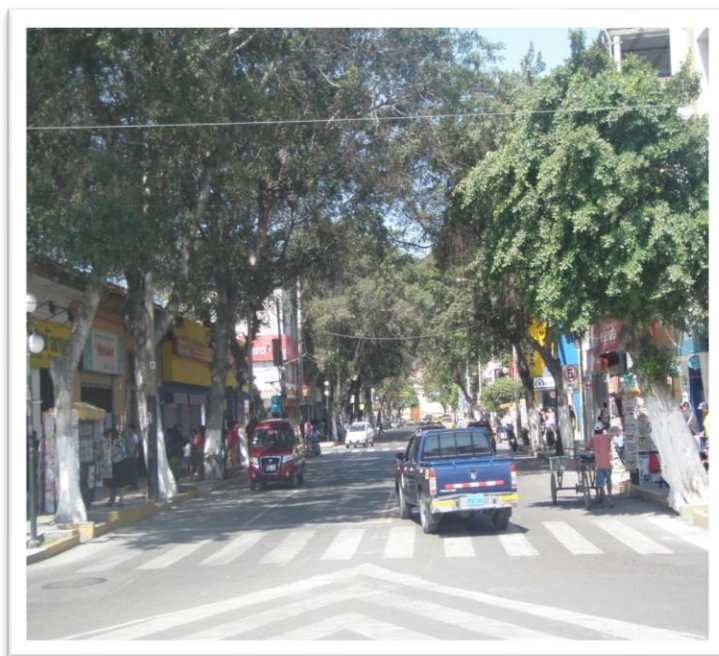
- ✓ Recorrido por la Av. Loreto, para dirigirse al Ovalo Grau.
- ✓ 09:20am Visita al Ovalo Grau donde se realzará la importancia de Miguel Grau para la historia peruana.



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 09:50 am recorrido por la Av. Grau, una de las principales avenidas de la ciudad de Piura



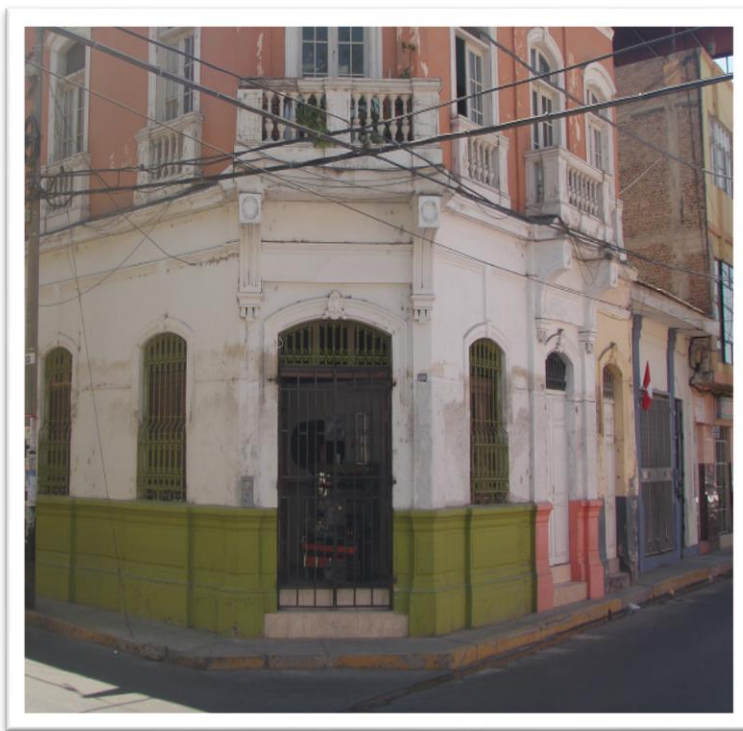


**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ Se recorre la Av. Grau hasta llegar a la calle Arequipa, para observar casonas de la época colonial



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 10:10 am se llega a la Av. Sánchez Cerro, otra de las principales avenidas de la ciudad de Piura, hasta la calle Arequipa, desde donde se dirige hacia la Iglesia Cruz del Norte, en el recorrido se siguen observando casonas típicas de la historia peruana



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

✓ 11:00 am Llegada a la Plazuela Salaverry





**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 11:10 am Llegada a la Iglesia Cruz del Norte



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ Se regresa por la calle Lima rumbo a la Plazuela Merino, en el camino también se pueden observar edificaciones, pero que con el pasar del tiempo se han deteriorado.



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 11:30am Llegada a la casona que hoy en día es el centro de idiomas de Alianza Francesa, cuyo interior aun alberga la historia Piurana, afortunadamente se encuentra en buen estado de conservación y ha mantenido su fachada e infraestructura.



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

✓ 11:45am Llegada a Iglesia María Auxiliadora





**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 12:00pm Visita a la Iglesia del Carmen, museo de arte religioso y plazuela Merino



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**





**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

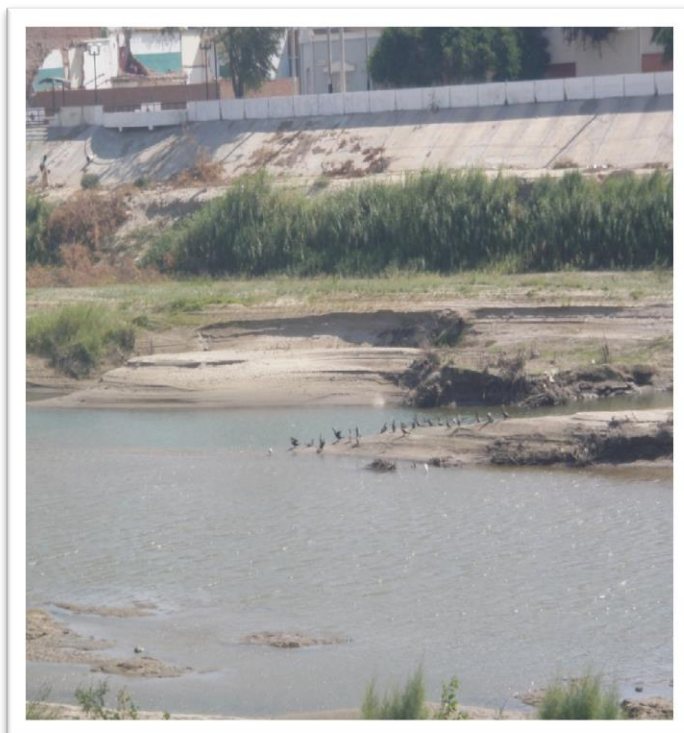
- ✓ 12:30 pm Recorrido al Malecón Eguiguren, pasando por el puente Piura que se construyó después de la caída en el fenómeno del niño.



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



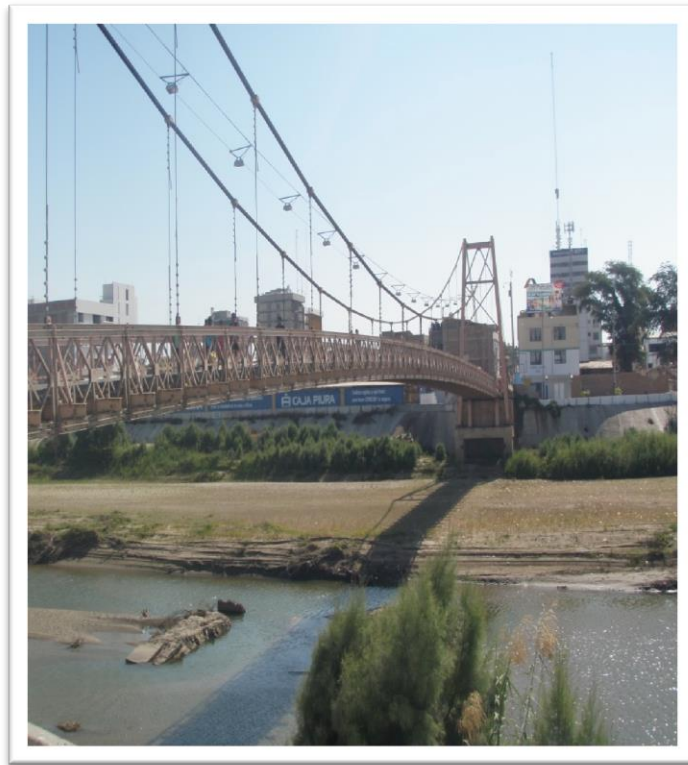
**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 1.15 pm Descanso en el Malecón Eguiguren



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 1:40pm Seguir el recorrido hacia la Iglesia San Francisco, fue escenario del acontecimiento histórico que perenniza el heroico gesto patrio de los piuranos: en este venerado recinto, el 4 de enero de 1821, los piuranos pronunciaron el grito libertario a favor de la causa emancipadora
- ✓ 1:50pm Visita a la Iglesia San Francisco



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**



- ✓ Cerca se puede observar una de las pocas casonas en buen estado de conservación



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 2:00 pm Visita a la casa de Miguel Gerónimo y Jaime



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 2:30 pm Llegada a la Plaza Tres Culturas



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 2:40pm Visita a la Casona Feliciano del Campo, actualmente Banco del Comercio



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 2.50pm Vista del hotel Los Portales antiguamente Hotel Turistas, sus instalaciones guardan un estilo colonial



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 3:00 pm Almuerzo



- ✓ 4:00 pm Visita a la Casa Miguel Grau



Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012

- ✓ 4:30 pm Recorrido a la Plaza de Armas



Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012

- ✓ 5.15 pm Visita a la catedral de Piura



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

- ✓ 6:00pm Visita a la casa de fierro actualmente heladería y pastelería el Chalán, donde se puede degustar de diferentes postres.



**Fuente: Fotografía captada por autor el 24/07/2012**

## V. CONCLUSIONES

1. Los principales atractivos turísticos que posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural son: Casa Temple Seminario, Casa Miguel Seminario y Jaime, Casa de Espinoza, Casa Gullman, Casona de la Alianza Francesa, Hotel los Portales, Casa Feliciano del Campo, Casa de Fierro, Casa Sisniegas, Ex Colegio San Miguel, La Sala Cultural San Miguel, Edificio del Colegio Salesiano, Iglesia Nuestra Señora de Carmen, Iglesia San Francisco, Iglesia Catedral de Piura, Iglesia San Sebastián, Iglesia María Auxiliadora, Iglesia Cruz del Norte, Plazuela Salaverry, Malecón Víctor Eguiguren Escudero, Plaza de Armas, Plaza Tres Culturas, Plazuela Merino, Ovalo Bolognesi, Ovalo Grau, Cementerio San Teodoro, Casa Museo Almirante Miguel Grau.
2. La falta de promoción e información del Patrimonio Cultural de la ciudad de Piura conlleva a un bajo nivel de conciencia turística y cultural, evidenciándose el desconocimiento de los pobladores de Piura respecto al patrimonio cultural de la ciudad, relacionándolo mayoritariamente al destino de sol y playa. En cuanto a las tendencias del turista, se comprobó que más de la mitad llegó a Piura motivado por la promoción de playas y la gastronomía, sin embargo se comprobó un relativo interés por conocer la misma ciudad, generando esto último la posibilidad de explotar los recursos turísticos locales para diversificar la oferta de Piura.
3. La elaboración del Circuito Turístico, permitirá desarrollar el Turismo Cultural en la ciudad de Piura, los atractivos propuestos tienen como característica principal la distancia, estado de conservación y accesibilidad. La propuesta busca diversificar la oferta turística en la ciudad de Piura y generar ingresos económicos a través de la actividad turística.

## VI. RECOMENDACIONES

1. Es necesario dar cumplimiento a la normativa nacional para la conservación del Patrimonio Cultural dentro de la zona monumental de la ciudad de Piura. Por ello, las autoridades deben velar por la protección y conservación de éstos ya que son pocos los atractivos de este tipo que se encuentran en buen estado de conservación en la actualidad.
2. Las instituciones de educación básica y superior deben incluir tópicos o cursos que promuevan el conocimiento y cuidado del Patrimonio Cultural de Piura, aportando con el desarrollo cultural del poblador piurano, asimismo las agencias de viajes deben formular itinerarios promocionando la práctica del turismo cultural y nuevas alternativas de ofertas turísticas. De otra parte, es necesario concientizar a la población que el desarrollo turístico también es una oportunidad laboral y contribuye a mejorar de calidad de vida de la comunidad local. Para ello se deben emplear los medios de comunicación masivos y electrónicos, los cuales por amplia cobertura puede generar un mayor impacto en la difusión del Patrimonio Cultural piurano.
3. La propuesta del Circuito Turístico en la Zona Monumental es una forma de aportar con el desarrollo del Turismo Cultural, sin embargo es necesaria la participación activa del gobierno local y las empresas prestadoras de servicios turísticos debido a que la ciudad de Piura cuenta con un potencial cultural para desarrollar. Para ello se deben generar alianzas estratégicas entre el sector público y privado en beneficio de la ciudad de Piura buscando la sostenibilidad y participación local, a fin de ampliar la oferta turística local.

## VII. REFERENCIAS

- Acerenza, M. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México D.F. Talleres de Rodefi Impresores. 116p.
- Arredondo, Hernández y Mendoza (2013). *Propuesta para el diseño de rutas turísticas culturales. El caso del sur del estado de Jalisco, México*. En: Revista Turismo & Sociedad. Curitiba, v. 6, n. 2, p. 324-344, abril de 2012. Recuperado de: [revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/31931/20352](http://revistas.ufpr.br/turismo/article/viewFile/31931/20352)
- Ascanio, A. et al (2009). *Turismo Sustentable*. México. Editorial Trillas. 158p.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México D.F. Editorial Trillas 245 p.
- Chan, N. (1994). *Circuitos Turísticos*. Buenos Aires – Argentina, 194 p.
- Cienfuegos (2012). Una propuesta de acción para el desarrollo del turismo rural en la provincia de Sullana: diagnóstico y planeamiento estratégico. Tesis presentada en la Universidad de Piura. Recuperada de: [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1723/HUM\\_GC\\_002.pdf](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1723/HUM_GC_002.pdf).
- Cordero, J. (2008). *Marketing Estratégico en Turismo*. México D.F. Editorial Trillas S.A. 224 p.
- Crespi, Monserrat et al (2006). *Productos y Destinos Turísticos Internacionales*. Madrid – España, Editorial Síntesis S.A. 250 p.
- Fernández, J. (2008). *Geografía de los Recursos y Actividades Turísticas*. Madrid – España, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces S.A. 425 p.
- Fundación EOI (2012). *Turismo Cultural. Patrimonio, museos y empleabilidad*. Recuperado de: [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI\\_TurismoCultural\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf)

- Gastelo (2010). *El recorrido Saña – Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural*. Presentada en la Pontificia Universidad Católica del Perú. Recuperado de:  
[tesis.pucp.edu.pe/.../GASTELO\\_MORENO\\_DARIO\\_SANA\\_CAJAMARCA.pdf ?...1](http://tesis.pucp.edu.pe/.../GASTELO_MORENO_DARIO_SANA_CAJAMARCA.pdf?...1)
- Hall, Michael (2009). *El turismo como ciencia social de la movilidad*. Madrid. Editorial Síntesis S.A. 421p.
- INEI (2011). Piura, población estimada y proyectada por distrito. Recuperado de:  
<http://proyectos.inei.gob.pe/web/biblioineipub/bancopub/Est/Lib0842/>
- La Riva, I. (2013). *Aportes a la Doctrina del Turismo*. Trujillo – Perú, Editora Gráfica Real S.A.C. 253p.
- La Riva, I. (2012). *Legislación Turística Peruana*. Trujillo – Perú, Imprenta Editora Gráfica Real S.A.C. 416 p.
- MINCETUR, (2006). *Manual para la formulación del Inventario de Recursos Turísticos a nivel nacional. Fase I: categorización*.
- MINCETUR (2012). *Conceptos claves*. Recuperado de:  
<http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3243>
- Montaner, J. et al (1998). *Diccionario de Turismo*. Madrid. Editorial Síntesis S.A. 415p.
- Morere, N. et al (2013). *Turismo Cultural, Patrimonio, Museos y Empleabilidad*. Madrid – España. 133 p.
- Organización Mundial del Turismo (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid - España. 217 p.
- Organización Mundial del Turismo (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional Edición 2012*. Madrid – España.

República del Perú (2009) Ley Peruana para el Desarrollo

Toselli, Ten Hoeve y Mahieu (2012). *Propuesta de circuito turístico-cultural en el Corredor del río Uruguay, Entre Ríos, Argentina*. En: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 13 No 5. Págs. 1229-1246. 2012. Recuperado de: [www.pasosonline.org/articulos/download/file?fid=57.840](http://www.pasosonline.org/articulos/download/file?fid=57.840)

Vélez (2008). *Los circuitos culturales en la construcción de marca ciudad. Caso Medellín*. Tesis presentada en la Universidad de Palermo, Argentina. Recuperado de: [http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/33%20Velez.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/33%20Velez.pdf)

Vera (2010). *El turismo cultural en México: Alternativa para el desarrollo sustentable local*. Tesis presentada en la Universidad Autónoma de México. Recuperado de: [http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/?func=service&doc\\_library=TES01&doc\\_number=000654517&line\\_number=0001&func\\_code=WEB-BRIEF&service\\_type=MEDIA](http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/?func=service&doc_library=TES01&doc_number=000654517&line_number=0001&func_code=WEB-BRIEF&service_type=MEDIA)

## **ANEXOS**



## Anexo 1. Matriz de Consistencia

<b>Título</b>	<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Técnicas</b>
Propuesta de un circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura	¿Qué circuito turístico se debe proponer como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura?	Proponer un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura	<p>V1: Circuito turístico</p> <p>V2: Turismo Cultural</p>	<p>-Identificación de los atractivos. -Rutas turísticas -Accesibilidad -Fuentes de información turística</p> <p>-Fomento del turismo e identidad cultural -Patrimonio Cultural -Participación local y turistas -Nivel de conocimiento en relación al patrimonio cultural de la ciudad de Piura -Diversificación de la oferta turística</p>	Encuesta y observación

<b>Problema Específico1</b>	<b>Objetivo Específico1</b>
¿Qué atractivos turísticos posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural?	Identificar los atractivos turísticos que posee la zona monumental de la ciudad de Piura para la creación de un circuito turístico como alternativa de desarrollo del turismo cultural
<b>Problema Específico2</b>	<b>Objetivo Específico2</b>
¿Cuál es el nivel cultural de los pobladores y las tendencias del turista con relación a la actividad turística en la ciudad de Piura?	Conocer el nivel cultural de los pobladores y las tendencias del turista con relación a la actividad turística en la ciudad de Piura

## Anexo 2a. Cuestionario a turistas

Sr. (a) (ita). Reciba un cordial saludo, la presente encuesta tiene como objetivo recabar información relacionada a la propuesta de un circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura. Lea cuidadosamente cada ítem y marque con X la respuesta que considere sea la correcta. Se agradece de antemano su valiosa colaboración.

---

1. ¿Qué medio le permitió conocer a la ciudad de Piura?

- a. A través del internet \_\_\_\_\_
- b. Mediante programas televisivos \_\_\_\_\_
- c. Folletos turísticos \_\_\_\_\_
- d. Experiencias vividas \_\_\_\_\_

2. ¿Qué es lo que conoce de la ciudad de Piura?

- a. Sus playas \_\_\_\_\_
- b. Su gastronomía \_\_\_\_\_
- c. Patrimonio cultural \_\_\_\_\_
- d. Fiestas patronales \_\_\_\_\_
- e. Cerámica y/u orfebrería \_\_\_\_\_

3. Escoja una actividad primordial que realizara en Piura

- a. Visitar sus playas \_\_\_\_\_
- b. Probar la gastronomía \_\_\_\_\_
- c. Visitar sus iglesias, museos , casonas \_\_\_\_\_
- d. Comprar artesanía y/o cerámica \_\_\_\_\_
- e. Realizar negocio \_\_\_\_\_
- f. Ecoturismo \_\_\_\_\_

4. ¿Cuál fue la forma de planificar su visita a Piura?
- a. Independiente \_\_\_\_\_
  - b. Por agencia de viaje \_\_\_\_\_
  - c. Por recomendación de un familiar y/o amigo \_\_\_\_\_
5. ¿Cuál de las alternativas le motivaron para visitar Piura?
- a. Ciudad Piura \_\_\_\_\_
  - b. Playas \_\_\_\_\_
  - c. Gastronomía \_\_\_\_\_
  - d. Cerámica y orfebrería \_\_\_\_\_
  - e. Ecoturismo \_\_\_\_\_
6. Piura es conocido por sus playas, escoja una alternativa diferente para promocionar a la ciudad
- a. Promocionar su patrimonio cultural \_\_\_\_\_
  - b. Promocionar su gastronomía \_\_\_\_\_
  - c. Promocionar sus festividades religiosas \_\_\_\_\_
  - d. Promocionar su cerámica y orfebrería \_\_\_\_\_

## Anexo 2b. Cuestionario a pobladores de la ciudad de Piura

Sr. (a) (ita). Reciba un cordial saludo, la presente encuesta tiene como objetivo recabar información relacionada a la propuesta de un circuito turístico como una alternativa de desarrollo del turismo cultural en la zona monumental de la ciudad de Piura. Lea cuidadosamente cada ítem y marque con X la respuesta que considere sea la correcta. Se agradece de antemano su valiosa colaboración.

---

1. ¿Cuál de las siguientes opciones pertenece al patrimonio cultural de una ciudad?
  - a. Las casonas \_\_\_\_\_
  - b. Los monumentos \_\_\_\_\_
  - c. Las iglesias \_\_\_\_\_
  - d. Las pinturas históricas \_\_\_\_\_
  - e. Su folklore \_\_\_\_\_
  
2. ¿Tienes conocimiento del patrimonio cultural de Piura?
  - a. No tengo conocimiento \_\_\_\_\_
  - b. Lo leí en folletos \_\_\_\_\_
  - c. Lo aprendí en la escuela \_\_\_\_\_
  - d. Lo observé en la televisión \_\_\_\_\_
  - e. Me enteré por comentarios de familiares y amigos \_\_\_\_\_
  
3. ¿Con cuál de estas opciones relacionaría el estado de conservación del patrimonio?
  - a. Están perfectamente cuidadas \_\_\_\_\_
  - b. Nadie se preocupa por conservarlas \_\_\_\_\_
  - c. La falta de conocimiento implica no cuidarlas \_\_\_\_\_
  - d. El gobierno no se preocupa por conservarlas \_\_\_\_\_
  - e. Nosotros las cuidamos \_\_\_\_\_

4. ¿Cómo aportaría en la conservación del Patrimonio cultural de la ciudad de Piura?
- a. No ensuciando y/o deteriorando \_\_\_\_\_
  - b. Conociendo e investigando de manera personal la importancia del patrimonio \_\_\_\_\_
  - c. Informando a otras personas \_\_\_\_\_
  - d. No tengo idea de cómo conservarlos \_\_\_\_\_
5. ¿De qué manera las autoridades podrían aportar para la conservación del patrimonio?
- a. Aplicando leyes de conservación y protección \_\_\_\_\_
  - b. Contar con un presupuesto para la conservación y protección \_\_\_\_\_
  - c. Organizar campañas de sensibilización e identidad cultural \_\_\_\_\_
  - d. Promocionar el patrimonio cultural \_\_\_\_\_
6. ¿Con cuál de las siguientes opciones relacionaría a la propuesta de un circuito turístico cultural?
- a. Ayudaría a informarnos del patrimonio cultural \_\_\_\_\_
  - b. La historia y/o cultura es aburrida \_\_\_\_\_
  - c. Llegarían más turistas \_\_\_\_\_
  - d. Conocerían mejor la ciudad de Piura \_\_\_\_\_